



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FASA**

**SÍLVIA ALVAREZ CARDOSO  
MATRÍCULA: 2026427/8**

**CULTURA POPULAR E RESISTÊNCIA:  
A EXPERIÊNCIA DOS PONTOS DE CULTURA**

**Brasília  
Junho de 2006**

**SÍLVIA ALVAREZ CARDOSO**

**CULTURA POPULAR E RESISTÊNCIA:  
A EXPERIÊNCIA DOS PONTOS DE CULTURA**

**Monografia apresentada como requisito  
para conclusão do curso de bacharelado em  
Comunicação Social com habilitação em  
Jornalismo do UniCEUB – Centro  
Universitário de Brasília.  
Orientador: Prof. Dr. Sérgio Euclides**

**Brasília  
Junho de 2006**

**SÍLVIA ALVAREZ CARDOSO**

**CULTURA POPULAR E RESISTÊNCIA:  
A EXPERIÊNCIA DOS PONTOS DE CULTURA**

**Monografia apresentada como requisito  
para conclusão do curso de bacharelado em  
Comunicação Social com habilitação em  
Jornalismo do UniCEUB – Centro  
Universitário de Brasília.  
Orientador: Prof. Dr. Sérgio Euclides**

Brasília, 05 de junho de 2006

**Banca Examinadora**

---

Prof.<sup>o</sup>. Sérgio Euclides  
Orientador

---

Prof.<sup>o</sup>. Severino Francisco.  
Examinador

---

Prof.<sup>o</sup>. Lunde Braguini  
Examinador

**Brasília  
Junho de 2006**

A todos os trabalhadores e trabalhadoras da cultura que  
lutam pela transformação social

Ao Gurgelito, por me acompanhar nas viagens solitárias,  
em noites chuvosas, até Taguatinga.

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço ao Jonas Valente e Rafael Villas Boas, pelas sugestões, livros e textos emprestados.

À Marianna Araújo pela paciência, pela presença de sempre, telefonemas, conversas sobre nacional-popular, além dos livros, textos e sugestões.

Ao Otávio Savietto, por além dos contatos, me fazer sentir em casa em São Paulo.

Ao Leandro Magnus, por me apresentar o Ponto de Cultura Invenção Brasileira.

E a todos os integrantes do Invenção Brasileira, pela atenção e entrevistas.

### **A voz do povo**

Meu samba é a voz do povo  
Se alguém gostou  
Eu posso cantar de novo

Eu fui pedir aumento ao patrão  
Fui piorar minha situação  
O meu nome foi pra lista  
Na mesma hora  
Dos que iam ser mandados embora

Eu sou a flô que o vento jogou no chão  
Mas ficou um galho  
Pra outra flô brotar  
A minha flô o vento pode levar  
Mas o meu perfume fica boiando no ar

*João do Vale*

## RESUMO

Utilizando critérios de avaliação baseados em conceitos gramscianos, na contribuição frankfurtiana de indústria cultural e nas possíveis relações entre Estado e sociedade no campo da cultura, este trabalho analisa a política pública dos Pontos de Cultura, principal ação do programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura. Para isso, além dos pressupostos teóricos que desenvolveram os critérios, observei o discurso do governo através da cartilha de divulgação do programa e acompanhei o Ponto de Cultura Invenção Brasileira, checando sua eficácia contra-hegemônica no atual contexto da globalização, da hegemonia da indústria cultural e da cultura discriminatória da mídia. Além disso, levei em consideração a ambigüidade da cultura popular e outras experiências históricas brasileiras em que houve investimento do Estado na cultura.

**Palavras-chave:**

Cultura popular. Contra-hegemonia. Ponto de Cultura.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>1 CONSTRUINDO OS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO .....</b>	<b>11</b>
1.1 Nacional-popular.....	13
1.2 Cultura Popular .....	16
1.3 Diversidade Cultural.....	18
1.4 Experiências Anteriores.....	20
<b>2 O PROGRAMA CULTURA VIVA SEGUNDO O MINISTÉRIO DA CULTURA ...</b>	<b>24</b>
2.1 Cultura Digital .....	25
2.2 Conferência Nacional de Cultura e Teia – Mostra de Cultura e Economia Solidária .....	28
<b>3 O PONTO DE CULTURA INVENÇÃO BRASILEIRA.....</b>	<b>30</b>
3.1 As oficinas.....	32
3.1.1 Oficina de Teatro Mamulengo Presepada .....	32
3.1.2 Oficina de Cultura Digital.....	33
3.1.3 Oficina de Maracatu.....	34
3.1.4 Oficina de Teatro Popular .....	34
<b>4 O NACIONAL POPULAR, O PONTO DE CULTURA E O ESTADO.....</b>	<b>36</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>44</b>



## INTRODUÇÃO

O governo brasileiro, por meio da Secretaria de Programas e Projetos Culturais (SPPC), do Ministério da Cultura, em parceria com o Ministério do Trabalho e Emprego e com o Ministério das Comunicações, criou o Programa Nacional de Arte, Educação, Cidadania e Economia Solidária – Cultura Viva (Portaria MinC 156, 6 de julho de 2004), uma iniciativa de fomento e proteção à cultura popular. Os Pontos de Cultura são a ação prioritária do programa. Para participar, as comunidades devem fazer um projeto para o edital público, que é submetido à aprovação de uma Comissão Nacional de Avaliação, composta por autoridades governamentais e personalidades culturais. Segundo o programa, as comunidades cujos projetos forem aprovados recebem um *kit* multimídia, parcelas em dinheiro, além de capacitação para jovens bolsistas do programa Primeiro Emprego.

O presente trabalho pretende estudar os Pontos de Cultura, como uma iniciativa contra-hegemônica do governo frente aos avanços da hegemonia cultural global, além de representar uma possibilidade de expressão da “cultura do povo” como uma forma de resistência à soberania da cultura de massa.

O Programa dos Pontos de Cultura deverá ser estudado a partir de conceitos teóricos sobre o tema comunicação e diversidade cultural, levando em consideração o contexto histórico, social e político em que as comunidades beneficiadas com os Pontos de Cultura estão inseridas. Serão usados, prioritariamente, os conceitos de indústria cultural (Escola de Frankfurt), o de nacional-popular de Antonio Gramsci, e o de cultura popular de Marilena Chaui.

## METODOLOGIA

Para analisar o programa em questão, utilizei conceitos gramscianos, a partir da interpretação de estudiosos da cultura popular como Carlos Nelson Coutinho e Marilena Chaui, e a contribuição frankfurtiana de indústria cultural. Além disso, fiz um pequeno resgate histórico de outras vezes em que o Estado investiu em cultura, considerando o contexto político da época.

Analisei o discurso do Ministério da Cultura através da cartilha de divulgação do programa e de entrevista com o secretário Célio Turino. Para ver o programa na prática, acompanhei o Ponto de Cultura Invenção Brasileira de Taguatinga (escolhido pela proximidade geográfica e por ser Ponto desde o primeiro edital) fazendo entrevistas em

profundidade com alguns participantes e coordenadores. No mais, para verificar a relação do governo com o público alvo do programa participei do evento Teia – Mostra de Cultura e Economia Solidária, entre os dias 05 e 10 de abril, em São Paulo, que pretendia ser uma espécie de encontro nacional dos Pontos de Cultura.

### **OBJETIVO GERAL**

Entender as possibilidades de uma política cultural ter eficácia na protagonização das diversas culturas fazendo com que tenham voz e opinião no contexto da hegemonia da indústria cultural.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Compreender como funciona a Indústria Cultural para entendê-la como um processo hegemônico na nossa sociedade.
- b) Analisar um Ponto de Cultura como política cultural para verificar a eficácia de políticas culturais desta natureza na valorização da diversidade cultural.
- c) Entender a exclusão da “cultura do povo” das grandes estruturas de difusão cultural, tais como editoras, gravadoras, exibidoras e redes de televisão.
- d) Analisar os efeitos da comunicação de massa e da globalização sobre as culturas locais para entender o porquê da exclusão dessas culturas por parte da mídia.
- e) Entender os vários modos de relação entre Estado e sociedade no campo da cultura, para analisar o contato do Estado com os Pontos de Cultura

## 1 CONSTRUINDO OS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Para começar e entender o funcionamento da organização da cultura na sociedade é necessário falar de Indústria Cultural, remetendo à Escola de Frankfurt, seus pensadores, e à teoria crítica. Levando-se em conta a diversidade de opiniões entre os próprios integrantes da escola e os diversos temas estudados por eles, devemos nos ater ao tema “cultura” e a discussão sobre indústria cultural, a qual será base para a avaliação da eficácia contra-hegemônica dos Pontos de Cultura.

Ao tratar sobre o tema “cultura”, os frankfurtianos lembram a distinção difundida na Alemanha e que dura até hoje “entre o mundo das idéias e dos sentimentos elevados de um lado (cultura), e mundo da reprodução material do outro (civilização)”. (FREITAG, 1986, p.68). Esta separação seria uma forma de alienação da sociedade que se contentava com a promessa de felicidade do mundo subjetivo das idéias, sem lutar por melhores condições materiais de vida. Daí vem a idéia, difundida primeiramente por Marcuse, de que

“a obra de arte, alienada de uma realidade material de exploração, assume uma função alienante na medida em que faz com que os homens se ajustem e se adequem às formas desumanas de organização da sociedade, remetendo para o futuro os seus desejos de felicidade e realização”. (FREITAG, 1986, p.69)

Segundo Theodor Adorno, a primeira vez que ele e Horkheimer usaram o termo “indústria cultural” foi no livro *Dialética do Esclarecimento*, a fim de substituir o termo “cultura de massa”, para excluir a possibilidade de interpretação de que se trata de “algo como uma cultura surgindo espontaneamente das próprias massas” (ADORNO, 1986, p.287).

Os pensadores usavam o conceito de indústria cultural como sendo o processo de produção de cultura como semelhante à produção industrial de uma mercadoria qualquer, no contexto da lógica capitalista de produção. Segundo Barbara Freitag (1986, p.71), “o produto cultural integrado à lógica de mercado e das relações de troca deixa de ser ‘cultura’ para se tornar valor de troca. A falsa reconciliação entre produção material e ideal de bens recebe o nome de indústria cultural”. Sendo assim, a cultura é considerada mercadoria e é lançada no mercado para consumo, sendo avaliada segundo sua lucratividade, deixando de lado seu caráter de construção de identidade e de reflexão de uma consciência de classe.

Desse modo, a indústria cultural estaria ligada ao capitalismo tanto no nível econômico quanto no ideológico. Albino Rubim, no texto *Indústria cultural e consciência*

*operária: hegemonia e ideologia*, considera a indústria cultural como um aparelho ideológico<sup>1</sup> e vê como consequência das transformações capitalistas deste aparelho a:

separação gradativa entre os (grandes) meios de produção simbólica e determinadas classes e camadas; amplitude sempre maior dos meios (em quantidade de receptores); desqualificação do trabalho dos produtores culturais; subordinação da produção à lógica da produção de mercadorias (e não mais a uma lógica exclusivamente cultural) (RUBIM, 1982, p. 79).

Além disso, no campo de dominação ideológica, a indústria cultural, através de um discurso fragmentado e imediato, propaga a cultura dominante. Nas palavras de Barbara Freitag (1986, p.71), ela é a “fórmula moderna que a sociedade burguesa encontrou para auto perpetuar-se”.

A cultura de massa é considerada a cultura alienada gerada pelos modernos meios de comunicação. Ainda segundo Freitag (1986, p. 73 ),

a cultura fornecida pelos meios de comunicação de massa não permite que as classes assalariadas assumam posição crítica face a sua realidade, já que ela mistura os planos da realidade material com as suas formas de representação e progressivamente anulam os mecanismos de reflexão e crítica para acionarem a percepção e os sentidos (visão e audição).

No entanto, Carlos Nelson Coutinho faz ponderações quanto ao que ele chama de visão “Kultur-kritic romântica”, principalmente por parte de Adorno. Coutinho reconhece a importância da teoria de Adorno e Horkheimer por nos dar uma “consciência mais lúcida e perspicaz dos imensos riscos regressivos contidos na indústria cultural” (1990, p.198). Porém, para ele, existe uma possibilidade dos meios de comunicação de massa produzirem conteúdos de teor crítico e progressista. É claro que a possibilidade contrária, a de os meios de comunicação produzirem cultura alienada e regressiva, é maior, principalmente na situação monopolizada em que a mídia se encontra hoje. Entretanto, se admitirmos que a possibilidade positiva existe, mesmo com as limitações, “então se trata de lutar para que ela se converta em realidade, suplantando a possibilidade negativa contrária” (COUTINHO, 1990, p.196).

Uma das divergências importantes entre os pensadores da teoria crítica, e que vai nesse sentido colocado por Coutinho, se deu com o advento da revolução tecnológica-industrial, que permitiu reproduzir a cultura em série. Para Adorno e Horkheimer, a reprodutibilidade técnica da obra de arte significa o seu desvirtuamento, sua banalização a perda de sua capacidade crítica. Já para Walter Benjamin e para Harbemas, a tecnificação da

---

(1) Aparelho ideológico, segundo o autor, significa meios de produção de bens simbólicos e trabalho intelectual.

arte e sua reprodutibilidade dissolvem o conceito burguês de arte, tornando-a acessível às massas, ou seja, mais democrática. Benjamin acreditava na politização das massas através da “desaturatização”<sup>2</sup> da obra de arte.

Nos dias de hoje a tecnologia em muito favorece a reprodutibilidade técnica. A internet e o *software* livre são exemplos de produção da informação muito mais democráticos. Porém, isso não quer dizer que todos tenham acesso a essas ferramentas e que os que têm as usam de uma maneira politizada. Os *kits* multimídia recebidos pelos Pontos de Cultura podem significar uma grande oportunidade de utilizar a tecnologia para a difusão de cultura e informação politizadas, quebrando o monopólio da mídia e sendo uma oposição à indústria cultural sustentada por ela.

Toda a pauta de diversidade cultural passa pela democratização dos meios de comunicação. Numa sociedade baseada nas relações de poder, e sendo a mídia um local de disputa de idéias, é necessário que as diversas opiniões tenham espaço nos canais de comunicação, de maneira horizontal, sem subestimar um ponto de vista ou outro. Porém, isso só acontece quando os meios de comunicação são “submetidos à pressão popular e ao controle de uma sociedade civil forte e democrática” (COUTINHO, 1990, p.198)

### 1.1 Nacional-popular

Pretendo analisar a política pública dos Pontos de Cultura a partir de critérios *baseados* no conceito de nacional-popular de Gramsci, de acordo com a interpretação de Carlos Nelson Coutinho.

Segundo Coutinho (1990, p.17), para Gramsci “a organização da cultura, em suma, é o sistema de instituições da sociedade civil cuja função dominante é a de concretizar o papel da cultura na reprodução ou transformação da sociedade como um todo”. Sendo assim, considerando sociedade civil como “conjunto de aparelhos ideológicos através dos quais uma classe, ou bloco de classes, luta pela hegemonia ou pela capacidade de dirigir o conjunto da sociedade” (COUTINHO, 1990, p.44), a organização da cultura não existe sem a sociedade civil e vice-versa.

Hegemonia aí significa, segundo a interpretação de Marilena Chaui deste conceito gramsciano, “uma forma de direção geral (política e cultural) da sociedade, um

---

(2) A aura é uma espécie de invólucro que envolve a obra de arte, contendo “elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (BENJAMIN, 1935-1936 apud FREITAG, 1986, p.75). Com a reprodutibilidade técnica ocorre a perda da aura.

conjunto articulado de práticas, idéias, significações e valores que se confirmam uns aos outros e constituem o sentido global da realidade para todos os membros de uma sociedade”. (1984, p.90). Sendo assim, o conceito gramsciano de hegemonia inclui, além do conceito de ideologia, o de cultura “como processo social global que constitui a ‘visão’ de mundo de uma sociedade e de uma época” (CHAUI, 1986, p.21). No entanto, segundo a autora, hegemonia é cultura numa *sociedade de classes*, capaz de controlar e produzir mudanças sociais.

Além disso, outros conceitos importantes na organização da cultura são o de “aparelho privado de hegemonia” que, segundo Coutinho, corresponde aos “organismos da sociedade civil privados e autônomos” (1990, p.16), por exemplo: partidos, sindicatos, universidades, jornais de opinião; e de “intelectual orgânico”, como sendo um intelectual que tem uma maior consciência da sua função frente as contradições concretas da sociedade, ligando-se a sua classe de origem ou de adoção.

Segundo ele, esses aparelhos privados são difusores autônomos de cultura e de ideologia, os quais são usados pelos intelectuais orgânicos que exercem suas atividades, entre elas, a de lutar pela hegemonia política e ideológica do grupo que representam (por pertencimento ou por adoção).

Daí vem o conceito de nacional-popular de Gramsci que diz respeito à “quebra do distanciamento entre os intelectuais e o povo, distanciamento que está na raiz do florescimento da cultura ‘intimista’ ou do elitismo cultural e que, no mais das vezes, não resulta de uma escolha voluntária do intelectual”. (COUTINHO, 1990, p. 51)

Essa cultura intimista é explicada por Coutinho como o comportamento dos intelectuais na época colonial brasileira, onde não existia ainda uma sociedade civil, no sentido gramsciano. Assim, como os intelectuais não podiam ser orgânicos dos escravos, já que estes eram “desorganizados e carentes de um projeto político global” (COUTINHO, 1990, p.19), aqueles eram, na maioria das vezes, cooptados pelas classes dominantes e acabavam funcionários do Estado. Portanto, os intelectuais comprometidos com o poder dominante, eram, na “sombra do poder” (em outros espaços que não os “oficiais”), livres para cultivar a própria “intimidade”, ou seja, “dar expressão a ideologias ou estilos estéticos que lhe pareçam os mais adequados à sua objetividade criadora” (COUTINHO, 1990, p. 20). As conseqüências dessa cultura “intimista”, para Coutinho, informam a opção dos intelectuais, devido a pressões, por formulações culturais “neutras”, “socialmente assépticas” (COUTINHO, 1990, p.46).

Após fazer uma retrospectiva da evolução da organização da sociedade civil e das transformações sociais do Brasil (que segundo ele, foi sempre feita de “cima para baixo”) e após explicar como a ditadura militar, principalmente depois do AI-5, tentou por todos os meios acabar com o embrião da sociedade civil que vinha se formando no Brasil, Coutinho sintetiza (1990, p. 47, grifo do autor):

A tendência objetiva de transformação social no Brasil a se realizar por meio da ‘conciliação pelo alto’ marca de vários modos o *conteúdo* da cultura brasileira. Antes de mais nada, surgem entre nós manifestações explícitas da ideologia ‘prussiana’, que – em nome de uma visão abertamente elitista e autoritária – defendem a exclusão das massas populares de qualquer participação ativa nas grandes decisões nacionais. Citando declarações nesse sentido de pensadores como Farias Brito, Gilberto Freyre, Oliveira Vianna, Miguel Reale, Francisco Campos, Eugenio Gudín e outros, Leandro Konder assim sintetiza a essência do pensamento de direita entre nós: ‘O pluralismo da ideologia da direita pressupõe uma unidade substancial profunda, inabalável: todas as correntes conservadoras, religiosas ou leigas, otimistas ou pessimistas, metafísicas ou sociológicas, moralistas ou cínicas, cientificistas ou místicas, concordam em um determinado ponto essencial. Isto é: em impedir que as massas populares se organizem, reivindiquem, façam política e criem uma verdadeira democracia.

Segundo Coutinho, o nacional-popular se apresenta como uma oposição democrática, no plano da cultura, a esse elitismo cultural e à cultura intimista. Essa oposição passa necessariamente pela orgânica integração dos intelectuais com a luta das classes subalternas, possibilitada pela consolidação de uma sociedade civil e seus aparelhos privados de hegemonia.

Entretanto, Marilena Chauí chama atenção para interpretações populistas e nacionalistas do termo “o nacional-popular”. Nessas situações (o fascismo na Itália é um exemplo), os adjetivos “nacional” e “popular” recebem outros significados diferentes dos de Gramsci. Considera-se a nação, usando um termo de Hegel, como “existência geográfica e antropológica” ou como a face externa do social (território, língua, mores, instituições). Já o povo é considerado como a face interna da sociedade ou como unidade política e jurídica. Desse modo, segundo a autora, nação e povo “são suportes para imagens unificadoras quer no plano do discurso político e ideológico quer no das experiências e práticas sociais” (1997, p.92). Essa imagem de unidade anula a perspectiva marxista de que a sociedade é dividida em classes.

Já para Gramsci, o nacional, enquanto popular, significa a possibilidade de resgatar o passado histórico-cultural italiano como patrimônio das classes populares. Já o

popular, na cultura, significa “a transfiguração expressiva de realidades vividas, conhecidas, reconhecíveis e identificáveis, cuja interpretação pelo artista e pelo povo coincidem”. (CHAUI, 1984, p.86). A autora sintetiza: “Nacional como resgate de uma tradição não trabalhada ou manipulada pela classe dominante, popular como uma expressão da consciência e dos sentimentos populares, feita por aqueles que se identificam com o povo, seja por aqueles saídos organicamente do próprio povo” (1997, p.89)

Baseado nesses conceitos, o primeiro critério que estabeleço é que os Pontos de Cultura devem ser geridos por organizações da sociedade civil, autônomas, ou seja, sem interferência paternalista do Estado, buscando cumprir com uma das funções da cultura, que segundo Coutinho, é “expressar a consciência social das classes em choque e organizar a hegemonia ideológica de uma classe ou de um bloco de classes sobre o conjunto dos seus aliados reais ou potenciais”. Sendo assim, os intelectuais que idealizaram o projeto, e os que trabalham junto aos Pontos devem ser orgânicos, ou seja, comprometidos com os interesses das comunidades em que os Pontos estão instalados. Além disso, cultura popular deve, nesse programa, ter um conceito amplo, o qual veremos a seguir.

## 1.2 Cultura Popular

Cultura popular é uma expressão de difícil definição, e carregada de ambigüidades. Seria essa cultura “do povo ou para o povo?” (CHAUI, 1986, p.10). Não é meu objetivo aqui conceituar esse termo, mas apenas apontar algumas considerações importantes a respeito dessa expressão.

Marilena Chaui mostra duas correntes de pensamento em relação à cultura popular. A dos Românticos, que consideram-na como pura, primitiva, espontânea e guardiã das tradições; e a dos Ilustrados, que acreditam ser o papel das vanguardas políticas levar a “razão” ao povo, este irracional e supersticioso (1986, p.19). Para a autora, o que supera essa ambigüidade é o conceito gramsciano de hegemonia: “evidentemente, a perspectiva marxista se diferencia da Romântica e da Ilustrada por que seu conceito central não é o de povo-popular, mas o de luta de classes” (CHAUI, 1986, p.21).

Uma outra contribuição importante é a distinção entre Tradição e Tradicionalismo na cultura popular. Eduardo Coutinho, considerando que existem várias formas de interpretação do passado, aponta a diferença entre a forma “conservadora” e a “revolucionária”. A primeira reinterpreta o passado como uma continuação deste no presente. A segunda, faz uma leitura com um recorte que contribui para a soberania das classes



populares. Sendo assim, “utilizando a distinção realizada pelo peruano José Carlos Mariátegui, esta (a revolucionária) será designada como ‘tradição’, e aquela, que reflete o conservadorismo dominante, como tradicionalismo”. (COUTINHO, E., 2002, p.16).

No Brasil, a visão do Ministério da Cultura no governo Lula em relação a essa questão da tradição parece ser na perspectiva revolucionária. Segundo o secretário Célio Turino, as tradições incorporam preconceitos e ideologias e por isso precisam ser transformadas, mas sem perder as referências da raiz. Segundo ele, é preciso considerar “tradição, enquanto base de referência; memória, enquanto reinterpretação da tradição; e valores enquanto possibilidade de ruptura. Os valores da colaboração, da generosidade intelectual, da troca entre iguais, da quebra de hierarquia”. (TURINO, 2006)<sup>3</sup>

Gramsci dialoga com esses conceitos na medida em que considera a recuperação do passado não como

restauração de tradições nem culto à tradição, atitudes próprias do fascismo. Para ele, trata-se da possibilidade de refazer a memória num sentido contrário ao da classe dominante, de modo que o corte histórico-cultural seja um corte de classe<sup>4</sup>. (CHAUI, 1997, p.89)

Segundo Marilena Chauí (1986, p.124), considerando a cultura popular como ambígua, em diversos momentos

encontramos no Brasil uma atitude ambivalente e dicotômica diante do popular. Este é encarado ora como ignorância, ora como saber autêntico; ora como atraso, ora como fonte de emancipação. Talvez seja mais interessante considerá-lo ambíguo, tecido de ignorância e de saber, de atraso e de desejo de emancipação, capaz de conformismo ao resistir, capaz de resistência ao se conformar. Ambigüidade que o determina radicalmente como lógica e prática que se desenvolve sob a dominação.

Neste trabalho, levando em consideração os elementos de conformismo e resistência, pretendo utilizar o termo cultura popular como:

expressão dos dominados, buscando as formas pelas quais a cultura dominante é aceita, interiorizada, reproduzida e transformada, tanto quanto as formas pelas quais é recusada, negada e afastada, implícita ou explicitamente, pelos dominados. Procuraremos abordá-la como manifestação diferenciada que se realiza *no interior* de uma sociedade que é a mesma para todos, mas dotada de sentidos e finalidades diferentes para cada uma das classes sociais. (CHAUI, 1986, p.24, grifo da autora)

---

(3) Depoimento do secretário Célio Turino a autora no dia 04/05/2006, em Anápolis

(4) “o culto a tradição” aí seria o equivalente ao “tradicionalismo” proposto por Coutinho.

### 1.3 Diversidade Cultural

O segundo critério diz respeito à diversidade cultural brasileira. Antes, é necessário deixar claro que nacional-popular não significa xenofobia. Como explica Coutinho, a cultura estrangeira não foi algo imposto a nós. Ela foi absorvida, uma vez que a penetração da cultura européia não encontrou obstáculos prévios: “não existia uma significativa cultura autóctone, anterior à colonização, em oposição ao ‘universal’, ou o ‘autêntico’, em contraste com o ‘alienígena’” (COUTINHO, 1990, p.38). Além disso, a matriz da formação econômico-social brasileira estava situada no exterior, o que significa que imitar para nós era nos incorporar à cultura desenvolvida ocidental. Roberto Schwarz (1987, p.47) sentencia: “imitar não é evitável”.

Além disso, segundo Marilena Chaui, Gramsci afirma, “em consonância com o internacionalismo marxista, que o popular não está determinado apenas pela cultura nacional-local, mas possui uma universalidade própria, desconhecendo fronteiras” (1997, p.91).

No entanto, a assimilação da cultura estrangeira deve ser confrontada com a realidade brasileira, com o objetivo de concretizá-la e enriquecê-la, o que muitas vezes não acontece. Segundo Coutinho, “a história da cultura brasileira, portanto, pode ser esquematicamente definida como sendo a história dessa assimilação – mecânica ou crítica, passiva ou transformadora – da cultura universal” (1990, p.39).

Atualmente temos o fenômeno da globalização, que para muitos significa a hegemonia da cultura norte-americana sobre as outras. Segundo Jesús Martín-Barbero em relação à globalização, “o que está unificado em nível mundial hoje não é uma vontade de liberdade, mas sim de domínio” (2003, p.59). Na mesma linha, Muniz Sodré define globalização como “um outro nome para a ‘teledistribuição’ mundial de um determinado padrão de pessoas, coisas, e, principalmente, informações” (2003, p.23).

Em relação a esse padrão de consumo e gostos, Leonardo Brant cita o informe sobre Desenvolvimento Humano 2004 publicado pelo PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - com o tema “A liberdade cultural no mundo diversificado”, que constata:

os padrões de consumo são, hoje, mundiais. Pesquisas de mercado identificam uma “elite mundial”, uma classe média mundial que segue o mesmo estilo de consumo e prefere ‘marcas mundiais’. O mais impressionante são os adolescentes mundiais [...] com uma única cultura pop mundial, absorvendo os mesmos vídeos e a mesma música e proporcionando

um mercado enorme para tênis, T-shirts e jeans de marca (PNUD, 2004 apud BRANT, 2005, p.25).

A mídia monopolizada é a principal responsável por esses padrões. A indústria de Hollywood, por exemplo, “passou a fazer filmes como se faz iogurte, juntando elementos de boa aceitação mercadológica num receituário (quase sempre) infalível” (BRANT, 2005, p.23). Esses filmes penetram o mundo inteiro, tomando o espaço das produções nacionais. Ainda segundo o informe do PNUD (2004 apud BRANT, 2005, P.24), “dos 98 países de todo o mundo com dados comparáveis, apenas 8 produziram mais filmes do que importaram anualmente, na década de 1990”.

Agravando este quadro, segundo Leonardo Brant (2005, p.26),

hoje a instância reguladora da troca de bens e serviços culturais é a Organização Mundial de Comércio (OMC), que por suas características genéticas e estruturais tende a entender cultura como outro produto qualquer, ignorando o impacto desse comércio sobre a estrutura social, como vimos anteriormente.

É pensando nesse domínio que diversos países começam a se preocupar com a valorização da diversidade cultural local. No dia 20 de outubro de 2005 foi aprovada a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade e das Expressões Culturais, por 148 dos 154 países que votaram na sessão plenária da 33ª Conferência Geral da Unesco. A oposição à aprovação do documento ficou por conta dos Estados Unidos e Israel. Houve quatro abstenções (Austrália, Nicarágua, Honduras e Libéria).

A aprovação da Convenção parece ser uma tentativa dos países de proteger sua diversidade cultural, tão importante para a construção de uma contra-hegemonia, que segundo Marilena Chaui (1984, p.90), acontece quando “aqueles resistem à interiorização da cultura dominante, mesmo que essa resistência possa manifestar-se sem uma deliberação prévia, podendo, em seguida, ser organizada de maneira sistemática para um combate na luta de classes”. Sendo hegemonia um complexo de práticas e relações que formam uma visão de mundo consensual, ou seja, “o modo como as pessoas se representam a si mesmas e uns aos outros, o modo como interpretam os acontecimentos, o espaço, o tempo, o trabalho e o lazer, [...]” (CHAUI, 1984, p.90), a contra-hegemonia seria a resistência a uma única visão de mundo, no caso a da elite dominante. Com a diversidade cultural, cria-se condições para as várias visões das diferentes classes sociais.

Portanto, além de distinguir quais elementos da cultura universal servem efetivamente para aumentar o grau de consciência do povo, e aqueles que não servem (somente alienam), o critério da diversidade cultural é muito importante para a valorização e construção das várias visões de mundo brasileiras. No entanto, é importante utilizar o método do “realismo crítico” (Gramsci) na cultura nacional-popular. Isso significa ser unido na crítica, no comprometimento com a classe social a que pertence, sem anular a diversidade de estilos artísticos, temáticos e tendências ideológicas.

A diversidade cultural não trata apenas da dicotomia “global-local”. Dentro da mídia brasileira, há a predominância da “cultura de elite” e da “cultura do centro” em detrimento da “cultura do povo” e da “cultura regional”. As manifestações populares como maracatu, bumba-meu-boi, religiões afro-descendentes, entre outras, tem pouco ou nenhum espaço na mídia, e quando tem, são descriminadas ou tratadas como folclore.

Em suma, a cultura nacional-popular deve servir para quebrar essa herança cultural discriminatória da nossa sociedade, que conta com o monopólio da indústria cultural, respeitando os critérios aqui estabelecidos. A partir da análise do projeto dos Pontos de Cultura e do acompanhamento de um deles, poderemos analisar se há um caráter nacional-popular emancipador no programa em questão.

#### **1.4 Experiências Anteriores**

É importante fazer um breve resgate histórico em que experiências desse tipo (investimento do Estado em cultura) aconteceram no Brasil e as conseqüências do golpe militar de 64 para a cultura.

Antes do golpe, floresciam no Brasil, movimentos culturais frutos de financiamento do Estado. O Centro Popular de Cultura da UNE (CPC) e o Movimento de Cultura Popular de Pernambuco (MCP) representavam um dos principais institutos democráticos de organização cultural da época e, já nos seus projetos, deixavam claro a vinculação com a cultura popular crítica, contra-hegemônica e progressista. O manifesto do CPC, redigido em março de 1962, cujo título é “Arte popular revolucionária”, dizia que a arte não pode ser desvinculada e independente dos processos materiais que configuram a existência da sociedade. Além disso, já indicando o compromisso da cultura com a luta pela libertação das camadas populares em um momento de ascensão das massas,

o CPC representa precisamente o fenômeno de generalizar e efetivar, num nível superior e em escala nacional, a experiência dos incipientes

departamentos culturais das organizações de massa. Isso significa que o povo, tendo lançado as bases de sua defesa material, está agora em condições de instituir o dispositivo que lhe permite resguardar e desenvolver seus valores espirituais, sua consciência. (FÁVERO, 1983, p.64)

O mesmo acontece com o MCP, criado em 1959, quando Miguel Arraes era prefeito de Recife e se candidatava a governador de Pernambuco. Segundo Roberto Schwarz (2001, p.18), além do interesse eleitoral, “havia a intenção também de estimular toda sorte de organização do povo em torno de interesses reais, de cidade, de bairro, e mesmo folclóricos, a fim de contrabalançar a indigência e o marginalismo da massa”. Um exemplo disso era o método Paulo Freire utilizado na alfabetização de jovens e adultos. O método “procura acoplar o acesso do camponês à palavra escrita com a consciência de sua situação política.” (SCHWARZ, 2001, p.18)

Em seu documento “MCP/ Plano de ação para 1963”, o movimento também deixa claro a sua natureza:

os interesses culturais do movimento popular têm, portanto, um caráter específico: exprimem a necessidade de uma produção cultural, a um só tempo, voltada para as massas, e destinada a elevar o nível de consciência social das forças que integram, ou podem vir a integrar, o movimento popular. (FÁVERO, 1983, p.91)

No entanto, Roberto Schwarz contextualiza a situação da esquerda brasileira antes do golpe militar de 64. O socialismo era, grosso modo, mais antiimperialista e anticapitalista e menos organizativo para a luta de classes. O Partido Comunista Brasileiro (PCB)<sup>5</sup>, segundo o autor, tinha um discurso “populista”<sup>6</sup>. Sendo assim, o MCP e o CPC, apesar do claro compromisso com a contra-hegemonia das classes subalternas em seus manifestos, não escaparam a essa demagogia da esquerda na época, dispersando, por vezes, “em obras isoladas ou mesmo em experimentos coletivos, a fumaceira teórica do PCB”.

Além disso, o CPC, por exemplo, é considerado por Marilena Chaui como Ilustrado, na medida em que faz uma divisão entre a arte do povo (atrasada, tosca, conformista) e a Arte Popular Revolucionária (feita pela vanguarda de artistas que “optaram por ser povo”) (1986, p.108), numa atitude paternalista e com um discurso populista.

---

(5) Após seu VI congresso, entre 1965 e dezembro de 1967, por diversas divergências com a direção do partido – entre elas, a maneira de resistir à ditadura, já que a direção não queria confronto direto e imediato – aconteceram dois grandes “rachas” no PCB. No início de 1969, “toma forma a Ação Libertadora Nacional (ALN) e, em abril do mesmo ano, estrutura-se o Partido Comunista Brasileiro Revolucionário (PCBR)” (NETO, 2000, p.225).

(6) O populismo é uma política de manipulação das massas, às quais são imputadas passividade, imaturidade, desorganização e, conseqüentemente, um misto de inocência e de violência que justificam a necessidade de educá-las e controlá-las para que subam “corretamente” ao palco da história. (CHAUÍ, 1997, p.61)

Apesar disso, a avaliação de Roberto Schwarz para esse período de organização da cultura é que “questões de uma cultura verdadeiramente democrática brotaram por todo canto, na mais alegre incompatibilidade com as formas e o prestígio da cultura burguesa” (2001, p.20). No entanto, com o golpe militar, veio a repressão e o silêncio. O MCP, por exemplo, foi fechado e sua sede transformada em secretaria de assistência social.

Na avaliação de Coutinho, o golpe militar teve graves consequências para a organização da cultura. Segundo ele, esse regime criou as condições políticas para um salto no capitalismo brasileiro que passou a ser capitalismo monopolista de Estado (CME). Com isso,

os meios de comunicação de massa passaram a ser dominados por grandes monopólios. A televisão é o caso mais gritante. Mas o fenômeno se manifesta também em outras áreas, como a grande imprensa, o cinema, etc. O ‘capital mínimo’ (Marx) necessário à criação de um organismo cultural tornou-se agora tão elevado, em setores fundamentais, que somente os grandes grupos monopolistas podem dispor do mesmo.

Sendo a mídia monopolizada um dos principais aparatos da indústria cultural, esta se fortalecia com o regime militar ditatorial.

Seria simplista reduzir a isso as relações entre cultura e sociedade nas últimas décadas, até porque vários artistas e intelectuais mantiveram uma cultura nacional-popular durante o regime militar. Coutinho cita exemplos, no caso da música, de Janelas abertas, de Caetano Veloso; Sinal fechado, de Paulinho da Viola e Cotidiano, de Chico Buarque.

Em 1982, pela primeira vez desde 64, a Cultura Popular foi incorporada oficialmente ao projeto estatal. O projeto do Ministério da Educação e Cultura (MEC) usava termos como “participação comunitária”, “autopromoção”, “criatividade”. Vocabulário este, próprio das práticas de contestação política e de organizações sociais alternativas (CHAUI, 1986).

Segundo Chaui, o objetivo do Ministério era não só absorver as manifestações populares, como também controlá-las enquanto seu promotor, uma vez que se desenvolviam movimentos sociais populares de oposição. Isso aconteceu também no Estado Novo e na ditadura militar nos anos 70. Chaui dá exemplos de duas manifestações populares apropriadas como nacionalistas pelo Estado:

O carnaval (com as escolas de samba financiadas pelo governo e por banqueiros do jogo do bicho, suas músicas e danças previamente submetidas à Central Federal e destinadas, ao mesmo tempo, ao incremento do turismo e

à celebração do regime) e o futebol (durante os campeonatos mundiais, no período do ‘milagre brasileiro’, era criado o sentimento patriótico, que percorria todo o país, segundo o qual era ‘o Brasil’ que enfrentava ‘inimigos estrangeiros’, numa espécie de guerra santa [...])(1986, p.90).

Depois de estabelecidos os critérios de avaliação, e feito um resgate histórico de outras experiências entre Estado e sociedade civil no campo da cultura, pretendo analisar o discurso do atual governo, através da gestão do Gilberto Gil no Ministério da Cultura.

## 2 O PROGRAMA CULTURA VIVA SEGUNDO O MINISTÉRIO DA CULTURA

O nome Ponto de Cultura nasceu do discurso de posse do ministro Gilberto Gil. Segundo a cartilha de divulgação do programa, o Ponto de Cultura será, enfim, “uma espécie de ‘do-in’ antropológico, massageando pontos vitais, mas momentaneamente desprezados ou adormecidos, do corpo cultural do País [...]”. (GIL, 2004, p.21)

O objetivo é fomentar as manifestações culturais que já acontecem nessas comunidades (não só as urbanas como também as rurais, indígenas e quilombolas), mas que não aparecem nos meios de difusão cultural, principalmente midiáticos. Nas palavras de Gilberto Gil (2004, p.9), presentes na cartilha de divulgação do programa:

Onde se faz (ou se quer fazer) música, haverá um estúdio de gravação digital, com capacidade para gravar, fazer uma pequena tiragem de CDs e botar na Internet o que foi gravado. Onde se faz (ou se quer fazer) vídeo, cinema ou televisão comunitária, haverá um estúdio de vídeo digital, com câmera, ilha de edição, microfones e mala de luz. E mais: dança, teatro, leitura, artes visuais, *web*, enfim, o que a comunidade quiser e puder, ousar e fazer, sonhar e materializar.

Dessa forma, o Estado não interfere na criação ou no conteúdo dos produtos e manifestações culturais produzidos pelas comunidades. Portanto, “o Ministério da Cultura entra com os conceitos, os recursos, o acompanhamento, o treinamento dos monitores, a articulação institucional e a rede – aspecto vital do programa” (GIL, 2004, p.9). Ao Ponto caberia continuar o que já se fazia, agora dispondo de mais recursos, equipamentos e tendo alguns compromissos: “gestão, responsabilidade, transparência, fidelidade aos conceitos, inserção comunitária, democracia, intercâmbio” (GIL, 2004, p.9).

Para o Ministério, a cultura é considerada como “usina de símbolos, cultura como direito e cidadania, cultura como economia” (GIL, 2004, p.8), ou seja, o programa entra também na questão econômica, de sustentação dos produtores de cultura, e na questão da cidadania como inclusão social. Sendo assim, procurando englobar a economia e a cidadania no programa, tentou-se uma transversalidade entre os ministérios por meio de parcerias. A primeira delas seria com o programa Primeiro Emprego do Ministério do Trabalho e Emprego, que prometeu garantir 50.000 bolsas anuais para jovens, visando incitar neles o “interesse em iniciar, futuramente, uma profissão relacionada à cultura” (Minc, 2004, p.24). São os chamados “Agentes Cultura Viva”, que trabalhariam nos Pontos como monitores ganhando uma bolsa de R\$ 150,00 durante o período de seis meses. Entretanto, a parceria não foi totalmente efetivada, pois 25% dos jovens bolsistas do primeiro edital ainda não



receberam a primeira parcela que, no dia 5 de maio, completou seis meses de atraso. Segundo o responsável pelo programa Agente Cultura Viva no MinC, Eric Meireles, “a ação está em processo de ruptura de parceria com o Ministério do Trabalho. O MinC está buscando outras alternativas.” (MEIRELES, 2006)<sup>7</sup>.

Outra parceria que não funcionou foi com o programa GESAC – Governo Eletrônico – Serviço de Atendimento ao Cidadão, do Ministério das Comunicações, que, segundo o seu sítio, “tem como meta disponibilizar acesso à Internet, e mais um conjunto de outros serviços de inclusão digital, a comunidades excluídas do acesso e dos serviços vinculados à rede mundial de computadores”. O acordo era a instalação de antenas de internet nos Pontos, mas até agora só instalaram três das 300 prometidas.

Em números, os Pontos recebem parcelas semestrais de até R\$185.000,00. Segundo a cartilha de divulgação, em 2005 o repasse direto para os Pontos de Cultura foi de R\$ 20.500.000,00 (410 Pontos). Até o final de 2006, pretende-se repassar R\$ 35.490.000,00 (600 Pontos). E em 2007 a meta é de R\$ 65.000.000,00 para mil Pontos. (MinC, 2004, p.29)

## 2.1 Cultura Digital

Como vimos, o Estado já havia investido em cultura popular anteriormente. Todavia, “em ações de acessibilidade à bens organizados de cultura o Estado tradicionalmente nunca investiu” (TURINO, 2006). Isso ocorre agora, principalmente, com os *kits* multimídia e a Cultura Digital, a grande novidade do programa.

Como a cultura popular quase não tem visibilidade na grande mídia, aparato da indústria cultural que privilegia a cultura de massa, os *kits* são uma oportunidade de circulação e divulgação do que é produzido pelos Pontos. O estúdio multimídia - que é composto de uma mesa com dois canais de áudio, filmadora, gravador digital e dois computadores que funcionam como ilha de edição<sup>8</sup> - permite gravar um CD, um vídeo, fazer uma página na internet, e até mesmo colocar uma rádio no ar. Com isso, os equipamentos

---

(7) Declaração proferida em palestra, no dia 04/05/2006, em Anápolis, por ocasião do II Encontro de Conhecimentos Livres do Centro-Oeste.

(8) Detalhadamente, o kit multimídia consiste em: 1 servidor de aplicações (Processador Intel Pentium 4 2.66GHz, 1Gb de memória, 2 HD com 120 Gb, 2 placas de rede, CD-RW, monitor SVGA 17"); 1 servidor multimídia (Processador Intel Pentium 4 2.66GHz, 1 Gb de memória, HD com 120 Gb; placa de rede, CD-RW, DVD-RW, 2 monitores SVGA 17", placas profissionais para captura de áudio e vídeo); 1 terminal para consulta (terminal burro); 1 switch não-gerenciável com 8 portas; 1 impressora colorida a jato de tinta para formato A4; 1 impressora preto-e-branco a laser para formato A4; 1 scanner de mesa; 1 filmadora Mini-DV com 1 CCD; 1 câmera fotográfica com resolução de 3.2 megapixels; 1 MD portátil; 1 kit para áudio (Mesa de som com 12 canais, monitor, amplificador, 6 microfones)

deixam de ser mera tecnologia para abranger um significado filosófico, sendo considerados cultura pelo Ministério – a chamada Cultura Digital.

Os equipamentos são manipulados através do *software* livre, não apenas por ser mais barato (pois não tem que pagar *royalties*), mas porque o “o *software* livre traz consigo conceitos e práticas de compartilhamento tecnológico, generosidade intelectual e trabalho colaborativo, estabelecendo um novo patamar de vida social” (MinC, 2004, p.25). O sistema de *software* livre funciona a partir da possibilidade de seus usuários poderem modificar e melhorar os programas, já que seus códigos e fontes estão abertos. Dessa maneira a comunidade que utiliza o programa não ficará escrava da máquina e dos proprietários do programa, podendo ser “sujeitos de sua própria transformação” (MinC, 2004, p.25).

Além disso, no contexto da Cultura Digital, surgem novos padrões de propriedade intelectual, protegidos agora sob novas licenças como *Creative Commons*<sup>9</sup> e *Copyleft*<sup>10</sup>. Isso possibilita uma flexibilização dos direitos autorais, passando de “todos os direitos reservados” para “alguns direitos reservados” ou até mesmo “nenhum direito reservado”. O objetivo é a maior circulação dos produtos culturais, pela descentralização e compartilhamento da informação.

Outro conceito da Cultura Digital é o da metareciclagem, que visa não só um reaproveitamento de equipamentos tecnológicos, mas também uma maior familiaridade dos usuários com as máquinas. O principal objetivo da metareciclagem é:

transformar equipamentos tidos como ultrapassados em tecnologias apropriadas ao desenvolvimento social. Por meio da reutilização de máquinas e componentes usados, várias comunidades podem se apropriar de forma criativa e soberana da tecnologia, decapando computadores, dominando seus códigos e fontes e até mesmo pintando o seu invólucro (MinC, 2004, p.26)

Um exemplo da utilidade da Cultura Digital nos Pontos é o Ponto de Cultura Vídeo nas Aldeias, dos índios Ashaninka e Kaxinawá, no estado do Acre. Ali, as comunidades gravam sua própria imagem invertendo o processo tradicional, no qual pessoas de fora (jornalistas, antropólogos etc.) registram as manifestações populares com outros olhares, que não o de um integrante da própria comunidade. Outro exemplo significativo é o Pontão de Cultura Navegar Amazônia. Trata-se de um barco equipado com câmera de vídeo,

---

(9) Entidade não lucrativa americana que visa explorar alternativas à restrição crescente das leis de direitos autorais.

(10) As obras sob *copyleft* podem ser copiadas, distribuídas e alteradas. As únicas obrigações são manter o crédito para a fonte original e a licença *copyleft*

ilha de edição e antena de internet, alcançando comunidades amazônicas, onde os ribeirinhos têm a oportunidade de registrar sua própria cultura, após capacitação técnica, por meio de oficinas ministradas pelos tripulantes do barco. O projeto foi idealizado por José Roberto Lacerda e pelo cineasta Jorge Bodanzky em 1996.

No entanto, infelizmente, por conta de processos burocráticos de licitação, os equipamentos do *kit* multimídia prometidos pelo MinC aos Pontos selecionados no primeiro edital, só foram entregues recentemente. Eles saíram de Brasília até São Paulo – onde os Pontos de Cultura estavam reunidos, por ocasião do evento Teia<sup>11</sup> – para facilitar a entrega. Sendo assim, com exceção dos Pontos de Brasília que pegariam os *kits* quando retornassem, os Pontos selecionados em julho de 2004 só receberam os equipamentos no dia 9 de abril de 2006, no final da Teia, somando mais de um ano de atraso. Por isso, o Ministério resolveu, a partir do segundo edital, acrescentar mais uma parcela de dinheiro, além de dar orientações, para que os próprios Pontos comprem seus equipamentos, evitando um longo processo burocrático.

Mesmo antes da chegada dos *kits*, a equipe de Cultura Digital do Ministério forneceu oficinas para a manutenção e manipulação dos equipamentos. No Centro-Oeste aconteceram dois eventos desse tipo, chamados de Encontro de Conhecimentos Livres. O primeiro deles foi em Brazlândia, de 7 a 11 de novembro de 2005. A segunda, na véspera da chegada dos kits, aconteceu em Anápolis, dos dias 2 a 7 de maio de 2006. O objetivo é não só aprender a mexer com os equipamentos como discutir os conceitos filosóficos que envolvem o uso do software livre, a generosidade intelectual e a metareciclagem, já mencionados aqui anteriormente.

Em suma, os *kits* e a Cultura Digital podem ser considerados como a reprodutibilidade técnica em favor da politização das massas, usando o conceito de Benjamin, além de representarem uma possibilidade de quebra do monopólio da produção de cultura e comunicação, pressionando para que os meios de comunicação produzam conteúdo crítico e diversificado.

---

(11) Uma maior explicação sobre este evento no próximo tópico.

## **2.2 Conferência Nacional de Cultura e Teia – Mostra de Cultura e Economia Solidária**

No final de 2005 e no início de 2006, o MinC promoveu dois eventos que pretendiam, entre outras coisas, debater sobre políticas públicas culturais com a sociedade civil: a Conferência Nacional de Cultura e a Teia - Mostra de cultura e economia solidária.

Dos dias 13 a 16 de dezembro de 2005, em Brasília, o governo e a sociedade civil se reuniram para debater propostas de políticas públicas para a cultura. O objetivo era trabalhar conjuntamente na elaboração das diretrizes para o Plano Nacional de Cultura. Antes, foram realizadas conferências preparatórias nos estados e municípios. Na Conferência Nacional participaram 630 delegados da sociedade civil<sup>12</sup> representando entidades como Movimento Hip Hop Organizado, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, Central Única de Favelas, União Nacional dos Estudantes, Associação Brasileira de Documentaristas etc.

Foram aprovadas pelos participantes 63 diretrizes de Política Pública de Cultura. Destas, 30 diretrizes foram priorizadas e sistematizadas num documento sintético. Segundo o Ministério, as diretrizes mais valorizadas no processo foram:

Descentralização e democratização dos meios de comunicação de massa, especialmente televisões e rádios (Lei Geral da Comunicação); maior dotação orçamentária para a cultura, em todos os níveis de governo - municipal, estadual e federal (PEC 150 que cria vinculação de recursos orçamentários); implantação do Sistema Nacional de Cultura como instrumento de articulação, gestão, informação, formação e promoção de cultura com participação e controle da sociedade. (MinC, 2006)

Já em 2006, no prédio da Bienal, em São Paulo, que costuma abrigar eventos como São Paulo Fashion Week, e Bienal do Livro, aconteceu, entre os dias 5 e 9 de abril, a Teia –Mostra de Cultura e Economia Solidária. Durante quatro dias, o prédio foi tomado por índios, quilombolas, sem-terra e produtores culturais de todos os lugares do Brasil, gritando sua cultura e sua musicalidade.

O objetivo da Teia era ver o que os Pontos de Cultura estavam produzindo (eles promoveram mais de 100 espetáculos e 60 oficinas), e promover o encontro com a economia solidária do Ministério do Trabalho e Emprego (que ocupou 60% dos estandes).

Houve uma clara separação entre o “plano das idéias” e o “plano das manifestações artísticas” no evento. O espaço da Bienal ficou reservado somente para a exposição dos estandes, apresentações de shows e oficinas (com exceção do Espaço Preto

---

(12) E mais: 217 delegados do poder público, 361 convidados e 58 observadores.

Góez, onde discutia-se protagonismo juvenil, comandado por integrantes do movimento hip hop). Paralelo a isso, em outro bairro da cidade, aconteceu o Seminário Cultura Viva, onde temas como “participação política e emancipação social” e “tradição e modernidade” foram discutidos. Além disso, outras palestras aconteceram nos museus de Arte Contemporânea (MAC) e Moderna (MAM).

Apesar disso, o evento foi significativo e simbólico. O prédio da Bienal foi tomado por manifestações de cultura popular durante quatro dias. O MST, por exemplo, levou 250 militantes que fizeram várias apresentações de teatro e música, além de participar de palestras. No entanto, apesar do tamanho e da dimensão do evento, pude observar que a grande mídia deu pouca ou quase nenhuma cobertura à Teia. O jornal *Folha de S. Paulo*, por exemplo, deu um apenas um “box” e o *Estado de S. Paulo* cobriu somente o primeiro dia, publicando a programação do evento. Quando questionado sobre a falta de cobertura, o secretário Célio Turino respondeu que “a mídia faz parte da indústria cultural e tem um componente ideológico muito forte” (TURINO, 2006).

Ao final do evento, no dia 10 de abril, representantes dos Pontos de Cultura e do MinC se reuniram em plenária com o intuito de discutirem, dialogarem e trocarem informações a respeito do andamento do programa Cultura Viva. Após as falas dos integrantes do Ministério, o microfone ficou aberto para, primeiramente, representantes de cada região fazerem um relato do funcionamento e integração dos Pontos, e posteriormente abrir para a discussão. O atraso da entrega dos *kits* e das bolsas dos Agentes Cultura Viva foram queixas recorrentes. Além disso, os Pontos reivindicaram novos encontros como a Teia e a transformação da política cultural dos Pontos de Cultura como política de Estado, evitando assim que o programa vire moeda de troca nas próximas eleições.

### 3 O PONTO DE CULTURA INVENÇÃO BRASILEIRA

Para analisar o programa Cultura Viva na prática, utilizei como exemplo o Ponto de Cultura Invenção Brasileira de Taguatinga. Este capítulo pretende descrever a origem, o funcionamento, o contexto e as atividades do Ponto em questão.

Ponto de Cultura desde o primeiro edital (julho de 2004), o Invenção Brasileira está situado a três anos no Mercado Sul, bairro da cidade-satélite de Taguatinga. O grupo de teatro Mamulengo Presepada, precursor do Ponto, comprou um pequeno estabelecimento no local com os R\$ 12.000,00 adquiridos através de um espetáculo de teatro de mamulengo – o carro chefe do Ponto – que ganhou de um prêmio do Fundo da Arte e da Cultura (FAC) da Secretaria de Cultura do DF. Recentemente, o Invenção Brasileira comprou uma loja vizinha e aumentou o espaço da sede.

Entretanto, o grupo existe desde 1984. Criado por Francisco Simões de Oliveira (Chico Simões) e amigos, o nome “Invenção Brasileira” é uma homenagem póstuma ao mestre Sólon (de quem Chico Simões foi discípulo), que chamava assim o seu mamulengo em Carpina, interior de Pernambuco. Sólon morreu em Brasília em 1982, atropelado quando participava de um evento de cultura popular na cidade.

Depois que tornou-se Ponto de Cultura e passou a receber as parcelas em dinheiro, o grupo aumentou as oficinas e a sede. Agora, a comunidade pode desfrutar, além da oficina de mamulengo (teatro de bonecos), de oficina de maracatu, teatro popular e de cultura digital. Além disso, o espaço oferece uma pequena videoteca e biblioteca sobre cultura popular, um telão onde são exibidos filmes, e um computador com internet. No mais, o grupo possui um escritório na entrada de Taguatinga, onde foi instalado provisoriamente, no dia 08 de maio de 2006, o *kit* multimídia. A sede original está em reforma e abrigará a loja recém adquirida, onde será uma espécie de estúdio do Ponto<sup>13</sup>.

Virar Ponto de Cultura, segundo Chico Simões, fez com que o grupo crescesse. Além de aumentar as oficinas, a sede e as pessoas que lá freqüentam, aumentaram também os problemas: “tem mais gente do que espaço, a manutenção é mais cara, as contas aumentaram muito mais do que a gente tinha projetado. Hoje, o dinheiro que a gente recebe

---

(13) Há uma outra possibilidade de alojamento do kit. Estão negociando com o vizinho João Pedro da Silva (dono da loja *Adem Violões*), que possui um pequeno estúdio, para utilizarem-no conjuntamente.

não dá pra cobrir todas as despesas”<sup>14</sup> (SIMÕES, 2006). No entanto, Simões considera isso como “bom problema”, pois é sinal que o Ponto está funcionando bem e atraindo mais gente.

O Invenção se mantém, além das parcelas do MinC, de vender espetáculos, e de projetos patrocinados por parceiros como Caixa Econômica, Sesi e Brasil Telecom, além da Funarte e Secretaria de Cultura do DF. Isso é importante porque o MinC disponibiliza apenas cinco parcelas para ajudar a potencializar as manifestações dos Pontos. A idéia é que as comunidades consigam continuar as atividades depois que as parcelas acabarem. Uma grande parceria foi firmada com o Serviço Social da Indústria (SESI) que aprovou e financiou o projeto do Invenção Brasileira de realizar o FestiSesi – O trabalhador e a cultura no Sesi de Taguatinga (já aconteceram dois eventos desse tipo). O FestiSesi, que se propunha a ser um festival de cultura popular, além de ser um espaço de debates sobre políticas públicas de geração de renda para o artista popular, contou com a presença de Pontos de Cultura de várias regiões do país. Além disso, foi bastante completo já que constava na programação debates, oficinas, troca de produtos culturais e apresentações de espetáculos, sendo assim um exemplo de parceria que deu certo.

Quanto ao gerenciamento da sede do Ponto, Simões diz que é o mais democrático possível. “Sempre procuramos democratizar o máximo. Tanto o que a gente sabe, o que a gente aprende viajando (viajamos muito) como a maneira, a responsabilidade e a gestão do espaço. O ideal é que no dia que eu for embora as coisas não dependam de mim para nada” (SIMÕES, 2006). Além disso, ele procura trabalhar com a idéia do “bem público”, tentando passar o sentimento de responsabilidade com o espaço para os integrantes do Ponto: “vocês não tem que agradecer nada, isso é direito nosso. É público. Nos só estamos administrando um recurso público. Se você não sair daqui empregado, pelo menos sai um cidadão, não vai dar uma resposta negativa à sociedade. Vamos dar uma resposta criativa para os nossos problemas” (SIMÕES, 2006).

É importante contextualizar a situação social e econômica do local onde está instalado o Ponto de Cultura Invenção Brasileira. Nos anos 60, o Mercado Sul foi construído para ser uma espécie de feira de abastecimento da cidade de Taguatinga, considerado um “shopping popular” da cidade. Mas, já nos anos 70, “veio a crise, o fechamento, e o ar de abandono que atraiu mendigos, alcoólatras, prostitutas e viciados. Em razão disto, foi denominado *Mercado Sujo*”. (Mousinho, 2005, p.25, grifo do autor). Hoje, em lugar de feira,

---

(14) Declaração de Chico Simões a autora em 04/05/2006, Anápolis



o espaço passou a ser local de pequenos profissionais liberais, serralheiros, marceneiros, etc. Mousinho considera Chico Simões e o violeiro sertanejo João Pedro da Silva (tem a loja *Adem Violões*, vizinha do Ponto) grandes entusiastas da revitalização do Mercado Sul.

O depoimento do fotógrafo Ivaldo Cavalcanti em seu livro *Taguatinga: duas décadas de cultura* ilustra o que era o Mercado Sul: “O lugar mais *underground* e londrino de Taguatinga era o Mercado Sul. Lá, eu conheci o garçom Paulista [...]. Ele era o *lorde* dos garçons nas boates em que putas, cafetinas, assaltantes, gigolôs, bêbados e desocupados passavam suas noites. Os garçons, como nos cabarés, eram os agenciadores das *damas* nas madrugadas frias e quentes do Mercado Sul”. (2003, p.2, grifos do autor)

A rua do Ponto lembra um cortiço, com propriedades coladas umas nas outras, e várias propriedades em um prédio só. Simões conta como a realidade do local foi mudando. “A primeira coisa que a gente fez foi chamar uma reunião com as pessoas. Para brincar, fazer uma apresentação para eles. E todo sábado fazíamos festa. E tudo foi mudando. O bar fechou, a boca de fumo saiu, passou a ir pessoas, foi mudando o movimento” (SIMÕES, 2006), houve resistência à movimentação, por parte das pessoas em situação ilegal ou irregular. Hoje o local está mais valorizado. “Agora os preços das propriedades já subiram. Nós vamos fazer disso aqui um grande centro cultural um dia, vai ser uma coisa maravilhosa” (SIMÕES, 2006).

### 3.1 As oficinas

Todas as oficinas do Ponto de Cultura Invenção Brasileira são gratuitas, abertas para qualquer pessoa, de qualquer idade e de qualquer lugar. A maioria do público é jovem, na faixa dos 19 anos, moradores de Taguatinga e Ceilândia. As oficinas acontecem à noite, durante a semana, e à tarde nos fins de semana.

#### 3.1.1 Oficina de Teatro Mamulengo Presepada

Atividade que deu origem ao Ponto, a oficina de Teatro Mamulengo Presepada acontece nas terças e sextas, às 19:30, e nos sábados às 14:30, trabalhando com a confecção de bonecos e com montagens de peças teatrais. Chico Simões, o oficineiro (atualmente outras pessoas comandam a oficina na ausência dele), define o mamulengo como um “teatro popular de bonecos”. Segundo ele, os espetáculos não possuem um texto estabelecido. São baseados em roteiros e contam com muita improvisação e contato direto com o público. Além disso, a música ao vivo é essencial e dialoga com o espetáculo.



O teatro de bonecos está muito ligado ao público infantil. Todavia, Simões critica os teatros de bonecos convencionais como “infantilóides” por, segundo ele, tratarem as crianças como “imbecis”, fazendo perguntas com respostas óbvias. Ele procura, em seus espetáculos, fazer teatro que “mesmo sendo pra criança, seja poético, sincero e que respeite a inteligência da criança” (SIMÕES, 2006).

No momento, a oficina está trabalhando com peças voltadas para o público adulto. Simões não vê problema em alterar o público tradicional desse tipo de teatro. Para ele, “o mamulengo vem se transformando com o tempo. Para que uma manifestação como esta sobreviva ela precisa se modificar, porque se ela se mantém como era no início do século, ela se cristaliza e vira folclore, peça de museu. Se ela não se comunica com a realidade, com o público, ela morre” (SIMÕES, 2006).

O texto trabalhado pelo grupo atualmente trata da questão do conflito agrário no Brasil, tema este que, segundo Simões, “governo nenhum quer falar”. Baseado na obra Dias Irai (O dia da ira) do poeta Amilton Pereira (codinome Pedro Tierra), a peça conta a história do massacre de Eldorado de Carajás que, coincidentemente (Simões quis deixar claro), completa dez anos neste ano de 2006. Em relação ao conteúdo ideológico e político da peça, Simões (2006) afirma:

estamos procurando entrar o mínimo possível no posicionamento ideológico - inevitável, é lógico - em torno da questão. Mas queríamos mostrar de uma forma distanciada. Não fazendo com atores, fazendo com bonecos, o público tem uma visão distanciada e crítica. Um distanciamento crítico que o boneco traz naturalmente.

### **3.1.2 Oficina de Cultura Digital**

Já a oficina de Cultura Digital, ministrada por Clara Nugoli Simões, filha de Chico Simões, acontece nas quartas-feiras, começando também às 19:30h, e conta com a presença de cerca de 15 pessoas. O objetivo é capacitar os integrantes para a manipulação dos equipamentos do *kit* multimídia. Como o *kit* acaba de chegar e ainda está sendo providenciado o local de instalação, a oficina, por enquanto, consiste na mostra de vídeos alternativos e de vídeos de outros Pontos que já trabalham com audiovisual. Segundo Clara Nugoli (2006), “trabalhamos com o que é popular, o que está fora da mídia. Além disso, procuro passar

filmes ‘fáceis’, sem ser ‘mega-produções’, para as pessoas se conscientizarem de que elas também podem fazer aquilo”<sup>15</sup>.

Clara tem 19 anos e sempre se interessou pela área de audiovisual. Seu primeiro contato com os *softwares* de edição de vídeo e áudio ocorreu no I Encontro de Conhecimentos Livres do Centro-Oeste, em novembro de 2005. Depois disso, acompanhou a equipe de Cultura Digital do MinC, por conta própria, em mais três encontros em outras regiões (na Paraíba, Bahia e Minas Gerais), a fim de aprender bem a manipular os equipamentos do *kit* para poder passar para os outros integrantes do Ponto de Cultura Invenção Brasileira.

### 3.1.3 Oficina de Maracatu

A oficina de Maracatu acontece aos domingos, a partir das 14:30h no Parque Onoyama. Inicialmente ministrada no próprio local do Ponto, acabou sendo transferida por conta dos vizinhos que começaram a reclamar do barulho. Sendo assim, resolveram transferi-la para o Parque, o que acarretou também em uma maior visibilidade às atividades do Ponto.

Elimar Pereira da Silva, mais conhecido como Caranguejo, pernambucano de Igarassu, é quem ensina as técnicas de baque de maracatu, além de, esporadicamente, fornecer oficinas de confecção de alfaia (principal instrumento musical do maracatu). Outros ritmos, como coco e ciranda também são passados nas oficinas. Além de ser oficineiro no Invenção, Caranguejo foi contratado pelo MinC para servir de interlocutor entre o Ministério e os Pontos, dada a sua transitoriedade pelos Pontos do DF.

Os integrantes da oficina montaram um grupo de maracatu chamado “Cabuléticos do Mercado Sul”. O termo “Cabuléticos” é uma gíria pernambucana, e a escolha do “Mercado Sul” como nome do grupo foi uma questão de afirmação e de pertencimento ao local. O grupo fez sua primeira apresentação no SESI de Taguatinga a 10 de maio de 2006.

### 3.1.4 Oficina de Teatro Popular

Walter Cedro, 27 anos, oficineiro, assim define o que é teatro popular: “é uma forma de teatro em que você não é obrigado a fazer as coisas do teatro convencional. É mais brincadeira. Brincar com o corpo e com o texto. É mais livre”<sup>16</sup> (CEDRO, 2006). Sobre a origem do Teatro Popular, ele explica:

---

(15) Declaração de Clara Nugoli a autora em 08/05/2006, Taguatinga

(16) Declaração de Walter Cedro a autora em 10/05/2006, Taguatinga

o Teatro Popular aparece em todas essas manifestações de cultura tradicional. Aparece na folia e reis, no bumba meu boi, no olodum, catira. Todas essas manifestações têm uma parte cênica. Se você olhar com olhar clínico, você consegue ver essa parte cênica. Até na missa, na igreja evangélica (estes são bons atores... risos).

Além disso, na oficina, que acontece nas segundas e quintas, às 19:30, as criações dos textos costumam ser coletivas, uma forma, também, de se descobrir bons autores. Atualmente, os participantes estão trabalhando com um texto chamado “Mentira que virou verdade”, que consiste em várias pequenas histórias. Uma delas diz respeito à política e tem como personagem principal o deputado Popo. Diz o texto: “meu nome é Popo, Popo porque posso. Eu mando levantar eu mando derrubar; resolvo qualquer problema material, espiritual, e outros quaisquer. O que Jesus não resolver porque não quer, eu resolvo porque quero!”. Outra, fazendo uma crítica a respeito do sistema de transporte de Brasília, tem como fala de uma das personagens a seguinte “reza”: “Oh meu Dom Bosco, me ajuda nessa hora de pegar o ônibus, me livrai dessa passagem cara, pra que ele não esteja lotado na hora dessa viagem, Amém.”

#### 4 O NACIONAL POPULAR, O PONTO DE CULTURA E O ESTADO.

É importante frisar que o nacional-popular não é “um modelo, uma substância nem uma idéia provida de determinações fixas e plenamente inteligíveis” (CHAUI, 1997, p.91). No caso italiano, o nacional-popular, segundo Chauí, se sustenta como contra-hegemonia ao fascismo, captando pontos de resistência popular e reinterpretando o passado nacional sob a perspectiva das classes populares. Portanto, a cultura nacional-popular seria uma resposta (não a única) à cultura burguesa, “determinada pela forma histórica particular que uma hegemonia assume num momento determinado” (1997, p.91).

Sendo assim, de acordo com Carlos Nelson Coutinho, no caso brasileiro, “a conquista da democracia – de um sistema de organizações culturais aberto e pluralista, apoiado numa sociedade civil autônoma e dinâmica – torna-se base para o florescimento de uma cultura nacional-popular entre nós” (1990, p.31), servindo de instrumento de hegemonia dos trabalhadores, aprofundando uma democracia de massa, em busca de um outro modelo de sociedade.

Como o atual contexto da sociedade brasileira não é, na maioria das vezes, o de mobilização revolucionária (como era no início da década de 60, contexto do surgimento dos movimentos culturais como o CPC e o MCP) não pretendo aqui definir os pontos de cultura como nacional-populares, até porque tal definição varia de Ponto para Ponto, dependendo da direção política ideológica de cada um (os Pontos do MST, por exemplo, por estarem inseridos em um movimento social organizado, são mais revolucionários e resistentes do ponto de vista deliberativo, ou seja, têm ações diretas de resistência e uma clara consciência de classe). No entanto, pretendo identificar *características* do nacional-popular na iniciativa do programa Cultura Viva, com base nos critérios aqui estabelecidos, tomando como exemplo o Ponto de Cultura Invenção Brasileira, analisando as possíveis relações entre Estado e sociedade no campo da cultura, e tendo como base a situação hegemônica da indústria cultural.

Primeiramente, pude observar que a prioridade do Ponto de Cultura Invenção Brasileira é incentivar as manifestações tradicionais da cultura popular, principalmente as que não encontram espaço na mídia, e as que não se encaixam no perfil da indústria cultural. É importante observar alguns depoimentos dos participantes a respeito do conceito de cultura popular.

No que diz respeito à tradição, Chico Simões alerta: “a cultura popular precisa ser reinventada pra sobreviver, se ela não se comunica com a realidade, com o público, ela morre” (SIMÕES, 2006). Já a participante Thabata Costa, 19 anos, fala em “pureza” em seu depoimento: “a cultura popular representa o resgate da pureza. Porque a gente perdeu a pureza, estamos com valores do que é de longe, do que é do outro. E só a busca da raiz já é uma crítica ao ‘modismo’” (COSTA, 2006). Em relação a esse “modismo”, que é considerado a apropriação da cultura popular pela mídia e todo o seu esvaziamento de valores, Flávia Dutra, 19 anos, afirma: “cultura popular, infelizmente, está à margem. Se bem que ultimamente ela está meio elitizada, na moda do *underground*, está desvirtuando” (DUTRA, 2006). Hauni Tupinambá, índio Karapuna, ex-mecânico, fala em folclore: “cultura popular são as manifestações que cada comunidade se reúne e tenta passar pras pessoas o que elas sentem. Antigamente, eles chamavam a cultura popular de folclore, não sei porque. Hoje, nós estamos tentando mudar isso. Tudo que era relacionado às pessoas mais pobres, da roça, era como se fosse folclore e não cultura” (TUPINAMBÁ, 2006).

Estes depoimentos aconteceram no dia 06/05/2006, no “Invenção da Roda”, evento que pretende reunir, todo primeiro sábado do mês, os participantes do Ponto de Cultura Invenção Brasileira para uma confraternização entre eles e a comunidade. A rua é fechada, é montado um fogão à lenha, e as pessoas comem, bebem e fazem apresentações de música, teatro, poesias etc. No entanto, pude observar uma pequena participação de pessoas que não freqüentam o Ponto, ou seja, de pessoas da comunidade, mas que não são organicamente do Invenção Brasileira.

Na semana anterior, em 02/05/2006, ocorreu uma reunião aberta do Ponto, para alguns informes e encaminhamentos. Quando a pauta chegou no “Invenção da Roda”, Chico Simões frisou a importância de se tocar somente músicas da cultura popular. “Bruno e Marrone já toca no rádio. Aqui, a gente dá oportunidade para quem não apareceu no rádio e na televisão” (SIMÕES, 2006). Além disso, foi levantado por um dos participantes, que a data marcada para a confraternização era a mesma data do evento Giraffestival patrocinado pela rádio Transamérica, pela rede de *fast-food* brasileira Giraffa’s e pela Rafael Reisman produções. O festival reuniu bandas de rock consagrados pela mídia como Capital Inicial, Paralamas do Sucesso, Plebe Rude, Dado Villa Lobos, e os DJs Patife e Mário Fischetti. Entretanto, foi consenso que eles não estariam concorrendo com o festival, pois o público é outro. No mais, a relação do Ponto com a comunidade não é a mesma da do mercado com seus consumidores, já que a comunidade pode participar abertamente da gestão do local e da

produção de cultura. As oficinas servem justamente para partilhar o acesso a linguagens artísticas entre as pessoas interessadas. Além disso, o produto cultural não é tratado por eles apenas como “valor de troca”.

Portanto, pude observar, através das entrevistas, que os integrantes do Ponto de Cultura, apesar de algumas diferenças conceituais (enquanto uns falam de preservar a “pureza” outros falam de “reinventar” a tradição, por exemplo), consideram a cultura popular marginalizada, sem espaço na mídia, e fora do circuito comercial. Quando ela aparece em algum grande espaço de difusão cultural, segundo eles, é apenas como modismo, desvirtuada de seus valores originais ou sendo considerada como “folclore”.

Sendo assim, lembrando que a indústria cultural é “também um processo hegemônico”, a qual considera popular aquele produto que é mais consumido, aceitando dessa forma o consumo como critério para se medir a relevância dos produtos culturais (ORTIZ, 1988, p.164), podemos dizer que o que é produzido no Ponto é contra-hegemônico no sentido de ser resistente ao esvaziamento da cultura popular pela mídia, e de oferecer opções de cultura à comunidade diferentes das opções da indústria cultural dominante, contribuindo para a formação de outras “visões de mundo”. Entre tais recortes, pode, eventualmente, surgir um recorte de classe, contribuindo para que os indivíduos se reconheçam como sujeitos de sua própria história, tendo direito à memória como releitura crítica do passado, percebendo a cultura como um espaço de luta e distinção social.

Além disso, outro critério efetivado pelo Ponto foi o da diversidade cultural, já que há uma pluralidade de manifestações nas atividades oferecidas, diferentes daquelas da grande mídia e até mesmo das atividades culturais da cidade, como shows caros, filmes hollywoodianos, micaretas etc.

Podemos observar essa cultura popular como resistência, “não nos referidos à ações deliberadas de resistência [...] mas a práticas dotadas de uma lógica que as transforma em atos de resistência (CHAUI, 1986, p.63), uma vez que, como já vimos, alguns conteúdos produzidos no Invenção Brasileira carregam um crítica social, ainda que pela comédia, como é o caso da peça de teatro popular “Mentira que virou verdade”, apresentada no capítulo anterior. Também no invenção da Roda do dia 6 de maio, pude assistir a uma apresentação de teatro de mamulengo em que um dos personagens, o padre, ao fazer um casamento, beija a noiva. Quanto à comédia, Chaui afirma (1986, p.74):

É uma crítica corrosiva, irreverente, desrespeitosa de todas as instituições sociais, da família e do trabalho, dos valores e idéias dominantes. Seu alvo

preferencial, evidentemente, é a sexualidade e seus ataques se dirigem, sobretudo às figuras da autoridade – o padre, o juiz, o delegado de polícia, [...], o político.”

Sendo assim, mesmo sem uma ação deliberada de resistência, sem um discurso político e de transformação social claro por parte dos participantes, o conteúdo produzido por eles difere dos da indústria cultural. Além disso, o fato de “reinventarem” a tradição do mamulengo, por exemplo, passando agora a fazê-lo para o público adulto, e tendo como tema o massacre de Eldorado de Carajás, representa uma possibilidade de releitura do passado com uma outra versão, já que tal incidente chegou à maioria da população somente através da cobertura da grande mídia na época.

Como os Pontos de Cultura não são do Estado - já que este somente transfere recursos públicos para as comunidades que já produziam cultura - e são geridos por organizações da sociedade civil, podemos considerá-los, usando o conceito de Gramsci, como “aparelhos privados de hegemonia”, ou seja, local de produção de bens simbólicos e de organização da sociedade civil onde os intelectuais orgânicos podem exercer suas atividades. No caso do Invenção Brasileira, podemos considerar a atividade dos oficineiros como a de intelectuais orgânicos. Eles exercem seu conhecimento através da arte, muitas vezes trazendo uma releitura da tradição, como já observamos aqui.

No entanto, o contexto político social do momento é diferente do da década de 50 e meados da de 60, por exemplo, onde outros movimentos de cultura popular aconteciam. Como vimos anteriormente, o clima era, apesar do populismo e do vanguardismo, de utopia e politização. O “fazer cultura” era facilmente associado ao “fazer política”, o que, com o advento do golpe militar e o crescente capitalismo, fez com que essa associação do plano da cultura com o da política nunca mais fosse tão recorrente, especialmente no contexto atual. Dito isso, pretendo observar o tipo de relação do Estado com esses aparelhos privados de hegemonia.

Marilena Chaui define quatro modos de relacionamento do Estado com a sociedade no campo da cultura. O primeiro é o liberal, que considera cultura e belas-artes como privilégio de uma elite que tem condições financeiras e capacidade intelectual para consumi-las. A segunda maneira é a do Estado autoritário, como já vimos neste trabalho, no qual o Estado considera-se “produtor oficial de cultura” e utiliza a censura para controlar as manifestações populares da sociedade civil. A terceira forma é a populista que, como já vimos, trata a cultura popular como folclore e pequeno artesanato, cabendo ao Estado mostrar

como se faz uma verdadeira cultura. E por último, a relação neoliberal, que considera cultura como mercadoria, e tende a privatizar todas as instituições públicas de cultura, deixando-as ao controle de empresários culturais. (CHAUI, 2006)

No entanto, esses tipos de relações variam de acordo com o caráter do governo que está no poder. No caso da Gestão do Ministério da Cultura, sob o comando do ministro Gilberto Gil, pude observar uma tendência de ruptura com esses antigos modelos, numa tentativa de considerar cultura como direito e cidadania. Digo tentativa, porque essa ruptura ainda não se concretizou, pois ainda se existem características do modelo de clientelismo entre Estado e sociedade, onde principalmente as grandes corporações artísticas, vêem o Estado como um simples balcão de subsídios financiando aqueles que fazem sucesso, ou seja, aqueles que “sabem” fazer cultura.

Um exemplo disso é a Lei Rouanet, que através de incentivos fiscais à empresas privadas (até 100% do valor destinado aos projetos), faz com que o Estado deixe de arrecadar imposto dessas empresas (recursos públicos) desde que elas patrocinem um projeto cultural. A questão é saber se essas empresas têm interesse em financiar projetos culturais – que são de extrema importância na sociedade e de responsabilidade do Estado – ou se estão apenas em busca de incentivo fiscal e dos holofotes da indústria cultural, uma vez que a marca da empresa fica vinculada a mega eventos culturais. Sendo assim, os projetos escolhidos, além de se concentrarem no eixo Rio – São Paulo, ficam ao critério do mercado, onde não há interesse, na maioria das vezes, em associar o “fazer cultura” com o “fazer política”. Além disso, e entre outras coisas, cobrar ingressos caros pelos espetáculos, faz com que a maioria da população – que deveria ser beneficiada com esse recurso público – não tenha acesso à cultura.

Apesar da lei ter sofrido mudanças positivas na atual gestão do ministro Gilberto Gil - descentralização de recursos e aprovação de projetos por meio de editais, por exemplo - ainda há muito a ser feito. No mais, o valor financeiro arrecadado em 2005 pela Lei Rouanet foi de R\$ 677,1 milhões - o maior valor desde a instituição da Lei (Minc, 2006). Em comparação, o total de dinheiro repassado pelo Ministério aos Pontos de Cultura em 2005, e a projeção para os anos de 2006 e 2007, é de R\$ 185.176.000. Além disso, vale lembrar que o anteprojeto da Ancinav (Agência Nacional do Cinema e Audiovisual) - propondo a regulação do audiovisual e prevendo, entre outras coisas, o incentivo fiscal à emissoras que investissem em produtores independente e regionais, além da igualdade de competição entre filmes estrangeiros e nacionais no mercado, por meio de taxas sobre a distribuição comercial das



obras de fora - foi sufocado por pressão das grandes corporações midiáticas que temiam a perda do seu oligopólio e do poder. Estes são exemplos de que o governo, mesmo sendo “teoricamente de esquerda”, como é o caso do governo Lula, sofre grande pressão do mercado, deixando de atender interesses e demandas reais da sociedade civil.

No entanto, já na cartilha de divulgação do programa Cultura Viva, observei essa tentativa de ruptura dos modelos de relacionamento entre o Estado e a sociedade. Segundo a cartilha, o objetivo do programa também é “repensar o Estado, ampliando suas definições e funções, escancarando as portas para partilhar poder e conhecimento com tradicionais e novos sujeitos sociais, dividindo espaços e novas possibilidades” (MinC, 2004, p.32). A Conferência Nacional de Cultura foi um desses espaços onde “as portas estavam abertas”, ou seja, uma forma da sociedade participar de maneira direta da gestão cultural do país. O evento Teia, apesar da priorização do espetáculo em detrimento do debate, também pode ser considerado um espaço de diálogo entre os produtores de cultura e o Estado.

Além disso, o programa Cultura Viva destina recursos financeiros para comunidades antes não atendidas, ou consideradas pelos governos e pela mídia, mostrando uma tendência antineoliberal do Ministério. No mais, a Cultura Digital funciona de maneira contra-hegemônica (considerando a hegemonia da indústria cultural) possibilitando e incentivando a releitura crítica da tradição e a possibilidade de registro de sua própria condição, fazendo com que os produtores culturais sejam sujeitos de sua própria história.

Forma-se assim uma relação não populista e descentralizadora, uma vez que não se pretende “ensinar” o povo, e sim dar-lhe condições de expressar sua criatividade, trabalhando com valores possíveis, sem considerar a cultura popular como “pura” e “autêntica”, mas também sem considerá-la atrasada. Para Célio Turino, secretário de políticas e projetos culturais, “temos (o Ministério) uma perspectiva revolucionária, não no sentido partidário, mas no sentido de construção de valores. Nos não levamos produção, não trabalhamos na perspectiva iluminista. A gente trabalha pra garantir a diversidade” (TURINO, 2006).

Os conceitos trabalhados no programa também mostram uma possível abertura de espaço no Estado para a participação da sociedade. São eles: Autonomia, segundo o qual “o ponto de cultura deve funcionar respeitando a dinâmica própria local”, sendo considerada como prática de trabalho social, político e cultural; Protagonismo, que aparece “à medida que suas organizações são entendidas como sujeitos de suas práticas, que intervêm nas políticas de desenvolvimento social, nos hábitos da sociedade e na elaboração de políticas

públicas”; e o Empoderamento, segundo o qual o programa “cria condições de desenvolvimento econômico alternativo e autônomo para a sustentabilidade da comunidade” (MinC, 2004, p.32-35). Esses três conceitos são considerados essenciais, segundo o Ministério, para uma gestão compartilhada e transformadora da cultura.

Sendo assim, o relacionamento proposto pelo Ministério da Cultura é inovador, no sentido de contemplar setores da sociedade historicamente aliados do processo de políticas públicas, além de não ter um comportamento paternalista com as comunidades e englobar conceitos de autonomia, protagonismo e empoderamento em seu programa. Porém, há um risco desses setores serem cooptados politicamente, passando a achar que o governo está “fazendo um favor”, quando na verdade está somente cumprindo seu papel de fomentador da cultura, papel este que nos últimos anos vem sendo “cumprido” pelos empresários que, na maioria das vezes, não seguem os critérios da diversidade cultural, releitura crítica da tradição etc. Com isso, a sociedade deixa de pressionar o governo para mais mudanças (como uma lei Rouanet mais democrática), além de não ver o Estado como espaço de disputa política. Tive a impressão, por exemplo, na plenária dos Pontos de Cultura na Teia, de que alguns integrantes dos Pontos reverenciavam o secretário Célio Turino e reivindicavam apenas mais rapidez na entrega dos *kits* e nas bolsas dos Agentes Cultura Viva. Essas reivindicações são válidas, já que estavam no acordo, porém, é necessária, também, uma maior crítica em relação ao governo. Não é meu objetivo aqui acusar tal cooptação, apenas registrar que esta possibilidade existe.

## CONCLUSÃO

Após analisar o Ponto de Cultura Invenção brasileira como prática da política cultural do programa Cultura Viva, pude observar o seu caráter contra-hegemônico de oposição à cultura elitista discriminatória e à cultura de massa sustentada pela mídia. Podemos considerá-lo também como um espaço de produção intelectual autônoma, e que utiliza um conceito amplo de cultura popular, não se restringindo apenas à tradição conservadora e não se propondo a ser um museu de cultura “autêntica”.

Além disso, a relação do Estado com a sociedade, através da atual gestão do Ministério da Cultura, não parece ser populista e paternalista. Entretanto, ainda há, como vimos, uma dominação do mercado sobre a cultura. Sendo assim, as organizações sociais dos Pontos de Cultura, os trabalhadores da cultura e toda a sociedade civil devem continuar pressionando o governo para uma gestão democrática, reivindicando mais espaços, como, por exemplo, participação na construção das metodologias dos encontros como Teia, Conferência Nacional de Cultura e Encontros de Conhecimentos Livres. Fazendo, dessa forma, com que o Estado cumpra sua função de fomentador da cultura popular.

Para futuros estudos, seria interessante analisar, para comparação, um Ponto de Cultura que tenha outro contexto político e ideológico, como algum Ponto do MST ou do Movimento Hip Hop organizado, e outro contexto social e econômico como os Pontos de Cultura situados nas favelas do Rio de Janeiro, por exemplo. Além disso, acompanhar o mesmo Ponto de Cultura Invenção Brasileira, depois que o *kit* multimídia já estiver em uso, para saber como estão utilizando-o, se estão cumprindo os propósitos do *software* livre (generosidade intelectual, por exemplo), se estão registrando suas manifestações, sendo sujeitos de sua própria transformação. Outro fator interessante a se observar é quais as alternativas que o Ministério irá criar para suprir a carência causada pelo não cumprimento das parcerias com o Ministério do Trabalho e Emprego e o Ministério das Comunicações.

Por último, constatar como os Pontos de Cultura irão sobreviver depois que acabarem as parcelas em dinheiro, e se o programa Cultura Viva pode vir a ser uma política estatal, já que é função do Estado fomentar a cultura popular, passando a não depender do caráter das próximas gestões e próximos governos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. A Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (org.), *Theodor W. Adorno*. Trad. de Amélia Cohn. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1986. p.287-354.

BARBERO, Jesús Martín. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Denis de (org). *Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 57-86

BRANT, Leonardo (org.). *Diversidade Cultural: Globalização e culturas locais: dimensões, efeitos e perspectivas*. São Paulo: Escrituras, 2005.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Cultura Viva: Programa Nacional de Arte, Educação, Cidadania e Economia Solidária*. 3.ed. Brasília, 2004. 87p.

BRASIL.Ministério da Cultura. *Relatório da 1ª Conferência Nacional de Cultura*. Disponível em:  
<[http://www.cultura.gov.br/foruns\\_de\\_cultura/conferencia\\_nacional\\_de\\_cultura/index.php?p=12913&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/conferencia_nacional_de_cultura/index.php?p=12913&more=1&c=1&pb=1)>. Acesso em: 25 mar. 2006.

GIL, Gilberto. Que acontece quando se liberta um pássaro? In: BRASIL. Ministério da Cultura. *Cultura Viva: Programa Nacional de Arte, Educação, Cidadania e Economia Solidária*. 3.ed. Brasília, 2004. 87p.

CAVALCANTE, Ivaldo. - *Taguatinga: duas décadas de cultura*. Brasília: FAC, 2003.

CHAUÍ, Marilena. *Conformismo e Resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura e Democracia: O discurso competente e outras falas*. São Paulo: Cortez, 1997.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura política e política cultural*. Disponível em:  
<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S010340141995000100006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340141995000100006&lng=en&nrm=iso)>. ISSN 0103-4014. Acesso em: 17 abr. 2006.

COUTINHO, Carlos Nelson. *Cultura e Sociedade no Brasil: ensaios sobre idéias e formas*. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.

COUTINHO, Eduardo Granja. *Velhas histórias, memórias futuras*. Rio de Janeiro: Uerj, 2002.

FÁVERO, Osmar. Conceitos assumidos. In: FÁVERO, Osmar (org). *Cultura popular educação popular: memória dos anos 60*. Rio de Janeiro: Graal, 1983. p. 57-96.

FREITAG, Barbara. *A teoria crítica ontem e hoje*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MOUSINHO, Ronaldo Alves. - *Taguatinga: história e Cultura*. Taguatinga: ATL Editora, 2005.

ORTIZ, Renato. *A moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PAULO NETO, José. Em busca da contemporaneidade perdida: a esquerda brasileira pós-64. In: MOTA, Carlos Guilherme. *Viagem incompleta: a experiência brasileira*. São Paulo: Senac, 2000. p. 221-245.

RUBIM, Albino. Indústria cultural e consciência operária: hegemonia e ideologia: (indicações para um estudo). In: SILVA, Carlos Eduardo Lins da (org). *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez, 1982. p. 77-87.

SCHWARZ, Roberto. *Cultura e política*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

SCHWARZ, Roberto. Nacional por subtração. In: SCHWARZ, Roberto. *Que horas são?: Ensaio*. São Paulo: Companhia Das Letras, 1987. p. 29-48.

SODRÉ, Muniz. O globalismo como neobarbárie. In: MORAES, Denis de (org). *Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 21-40.

[www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)





